

# CREA LAVORA VENDI

CON

# WORDPRESS





**MINDROCKET**  
Ottieni Veri Clienti



# OTTENERE CLIENTI

"Esiste solo un capo supremo: il cliente. Il cliente può licenziare tutti nell'azienda, dal presidente in giù, semplicemente spendendo i suoi soldi da un'altra parte"

SAM WALTON (FONDATORE DI WAL-MART)

## Benvenuto nel Mind Rocket Kit!

Ci sono due tipi di clienti: quelli che ti fanno lavorare il 20% del tempo solitamente impiegato, per ottenere il 100% del profitto e quelli che ti faranno lavorare il 200% del tempo solitamente impiegato per poi discutere sul prezzo.

Scegli solo i primi. I secondi non valgono la pena.

Buona lettura!

# 1\_Come ottenere clienti

Una volta creato un sito WordPress con un'ottima grafica e aver posizionato i primi contenuti nella rete, non dovrai far altro che tramutare gli utenti in clienti.

A seconda delle nicchie la percentuale di utenti veramente interessata ai tuoi contenuti può variare molto. Solitamente non più di 1 utente ogni 100 effettuerà una conversione sul sito. Dove per conversione intendo qualcosa di veramente utile (condivisione social, commento, contatto o acquisto).

Per aumentare il tasso di conversione degli utenti, la prima cosa da fare è dare loro la possibilità di effettuare l'azione nel modo più veloce possibile.

Come prima cosa i Web Designer di tutto il mondo, creano una pagina contatti. All'interno inseriscono un modulo di contatto ed eventualmente il numero di telefono dell'azienda o del professionista.

Ricorda che chiamare comporta meno sforzo di compilare un modulo di contatto. Tuttavia superato un certo numero di contatti giornalieri, potrai optare per eliminare il numero di telefono, in quanto diventa difficile gestire tutte le chiamate (come vedi nel mio sito non è presente il mio numero di telefono).

Un metodo ancora più aggressivo per spingere l'utente ad effettuare una conversione, è inserire il numero di telefono nell'header del sito, e fissarlo allo scorrimento (in questo modo il numero e la call-to-action rimane visibile per tutta la durata della permanenza dell'utente sul sito).

## 1.1 Devi essere insistente

Alcuni anni fa ho lavorato come promoter per Fastweb. Posso assicurarti che se mai ti capiterà di fare un lavoro simile, non snobberai mai più tutti quei ragazzi che ti chiedono se hai un abbonamento, che gestore usi, ecc.

Lo so, a volte sono davvero insistenti e alcuni sono anche maleducati, ma è il loro lavoro. Nessuno acquista un piano di abbonamento di 24 mesi volontariamente mentre gira tranquillo nel supermercato.

Compiere l'acquisto è qualcosa di molto delicato. Convincere un cliente è la cosa più difficile del marketing.

*Analizziamo il caso di vendita di servizi ADSL o Fibra.*

Il concetto è che veramente tutti o la maggior parte delle persone ha bisogno di una connessione internet (bisogno non naturale, ma indotto dal marketing umano).

Di tutte le persone che passeranno davanti allo stand, buona parte di essi quindi potrebbero diventare potenziali clienti.

- Alcuni avranno un gestore con il quale si trovano benissimo e quindi non saranno interessati alle nostre soluzioni.

- Alcuni hanno furia e proprio non hanno tempo da perdere.

- Alcuni sono scontrosi per partito preso, e odiano i promoter.

Poi ci saranno persone che non stanno affatto pensando ad una connessione ADSL o Fibra, ma che si sono posti il problema precedentemente anche solo a livello inconscio guardando la pubblicità.

Qui entra in gioco il promoter, con richieste che cercano di spillare un primo "sì" (tecnica di vendita, secondo la quale mettere nella condizione di dare una

risposta affermativa nel primo caso, migliora le probabilità di mantenere l'attenzione su risposte affermative).

Il passo più difficile sarà proprio questo: riuscire a parlare almeno per 20 secondo con il passante.

Per farlo è essenziale far nascere un bisogno che fino a qualche secondo prima non esisteva. Un bisogno può nascere in molti modi: proponendo sconti “solo oggi”, informando su caratteristiche migliori delle attuali, ecc. ecc.

A questo punto è sufficiente far firmare il contratto.

Ed ecco che molti passanti non riescono proprio a concludere l'acquisto.

Vediamo perché non acquistiamo su due piedi:

- siamo convinti di aver bisogno di tempo per pensarci prima di fare un'acquisto.

- abbiamo bisogno di conferme da parenti e amici

- pensiamo che domani sia il momento migliore

Un bravo promoter riesce a spiegare il perché “oggi” è meglio; perché le conferme sono già state date e perché il tempo può diventare nemico se non ci si affretta ad acquistare: si perde lo sconto.

Quando tutti i dubbi sono stati risolti, il cliente effettuerà l'acquisto.

## **1.2 Come insistere nel web**

Se hai letto il capitolo precedente, avrai sicuramente capito quant'è importante insistere.

Se sei una persona come me, poco influenzabile, probabilmente sarai convinto che tutte quelle pubblicità, tutti quei fastidiosi pup-up che appaiono nei siti web con la richiesta di lasciare la mail, siano totalmente inutili.

Sai da dove ricevo il 60% dei miei iscritti in newsletter?

Dal pop-up che appare sul mio sito nel momento in cui l'utente lo sta abbandonando.

Inizi a capire?

Abbandona quanto sai a proposito dell'essere umano, perché quello che sai riguarda solo te stesso.

Fai uno sforzo, e inizia a insistere.

Di seguito alcuni strumenti utili per ottenere nuovi iscritti in newsletter, sia gratis che a pagamento.

- <https://www.mailmunch.co/> (gratis)
- <http://optinmonster.com/> (pagamento)
- <https://www.hellobar.com/> (gratis)
- <https://codecanyon.net/item/bugmebar-a-simple-little-notification-plugin/5299073> (pagamento)

Il ragionamento per ottenere clienti da un sito WordPress è molto simile, con la differenza che non saremo noi a parlare in prima persona, quindi l'insistenza potrà essere utilizzata solo in parte.

Tuttavia possiamo utilizzare uno strumento eccezionale: la landing page.

## 2\_Come creare una perfetta landing page

In rete troverai mille guide su come creare un landing page perfetta, poi ti rechi nelle loro landing page e vedi mille errori.

Ascolta quanto ti sto per dire, perché la creazione di una landing davvero in grado di convertire ha bisogno di alcune accortezze.

### 2.1 Senza via d'uscita

A costo di perdere un visitatore, la tua landing page non deve dare modo a quest'ultimo di uscire, almeno non senza faticare.

Molte landing page (e in alcuni casi anche quelle create da me, lo ammetto), hanno almeno un link per uscire dalla pagina. Questo perché molti WebDesigner hanno paura che mettere un utente alle strette, significa perdere l'utente facendogli chiudere la pagina.

Il mio consiglio è quello di non avere paura. Se l'utente chiuderà la pagina non sarà interessato all'acquisto, né oggi né mai. Ergo: chi se ne frega se va via.

Abbiamo pochissimo tempo per trattenere l'attenzione dell'utente e inserire link o pulsanti per tornare alla home, significa dargli la possibilità di uscire dal tunnel che abbiamo creato per portarlo ad una conversione forzata.

Quindi: la landing dovrà essere priva di link, e non dovrà avere l'header classico. Sulla landing l'utente dovrà effettuare una conversione, nient'altro.

## **2.2 Pulizia**

Lo so che il tuo prodotto è il migliore al mondo e che non sai come elencare tutti i benefici che potrebbe portare, ma ti assicuro che la confusione si ripercuote negativamente sulla tua attività.

Cerca di creare una grafica pulita.

## **2.3 Brand**

Il tuo brand avrà un logo, avrà un motto, avrà dei colori di riferimento. Ecco: usali negli annunci così come li dovrai usare nel sito e soprattutto nella landing.

Creare mancanza di coordinazione nella grafica, significa creare percezioni negative. L'utente potrebbe pensare addirittura di stare per essere truffato.

Leggi il capitolo sulla grafica, per comprendere meglio il concetto.

## **2.4 Utilizza un Copy da pistola puntata.**

Il CopyWriting è l'arte di convincere il cliente tramite le parole. Si tratta del metodo utilizzato da tutte le agenzie pubblicitarie per creare slogan, spot e contenuti in grado di suscitare emozioni e di catturare la parte consumistica del potenziale cliente per spingerlo ad acquistare.

Il tuo Copy dovrà essere da pistola puntata, nel senso che dovrai scrivere le parole come se avessi una pistola puntata alla tempia: il successo della landing dipende dalle parole che stai scrivendo. Se fallisci, muori.

Ti posso assicurare che funziona.

## 2.5 Dai del “tu”

Per ottenere da subito una certa soglia di empatia all’utente dovrai dargli del “tu”.

Qui non ci sono opinioni o cose simili, ormai sono anni che i WebMarketers di tutta la penisola utilizzano questa tecnica, e funziona.

## 2.6 Risolvi i suoi dubbi

Quando ci troviamo di fronte a dover mettere mano al portafoglio, in noi nascono mille dubbi.

Questo è determinato dal fatto che i soldi che abbiamo nel conto corrente sono limitati e non possiamo comprare tutto quello che desideriamo.

Dobbiamo selezionare le offerte migliori e scegliere quello che davvero desideriamo.

Ma come riescono le grandi marche a far desiderare i propri prodotti?

Semplicemente facendo nascere un bisogno e risolvendo i dubbi.

- Quale beneficio posso trarre realmente da questo prodotto?
- Come posso essere sicuro che non si tratti di una truffa?
- Come posso risolvere i miei problemi?
- Ma se...?
- Ma se...?

Per eliminare tutte queste domande che nascono nella mente del potenziale cliente, devi anticipare le risposte. Spiega chi sei, metti la faccia, elenca i benefici

e mostra la sicurezza dei metodi di pagamento. Insomma: fatti le domande che potrebbe porsi il tuo cliente e scrivi le migliori risposte.

## **2.7 Elenca i benefici**

Elencare i benefici con un elenco puntato è sempre una buona tecnica per catturare l'attenzione.

Ricorda solo di non duplicare un beneficio. Spesso pensiamo a quanto è figo il nostro prodotto e per ogni sfumatura ne inventiamo quattro nuove.

Quindi ricorda che ogni posto dell'elenco dovrà essere dedicato ad un beneficio specifico.

es.

- questo Kit ti insegnerà a creare siti WordPress
- questo Kit risolverà tutti i tuoi dubbi su WordPress

Questi sono due benefici che in realtà dicono la stessa cosa. Secondo la mia esperienza, molte persone percepiscono negativamente questo sdoppiamento dei benefici.

## **2.8 Metti fretta**

Mettere fretta resta ancora il metodo più utilizzato da tutti i WebMarketer del mondo.

Quante volte sei finito in una landing page con un conto alla rovescia attivo?

Si tratta solo di marketing, niente di più.

Come ti ho già spiegato, molte persone sono assalite da mille dubbi al momento dell'acquisto e molti tendono a rimandare per poter risolvere tali dubbi, o magari per chiedere consigli a parenti e amici.

Un conto alla rovescia non lascia scampo: o acquisti oppure peggio per te.

Un conto alla rovescia può essere fatto in diversi modi, ma ti elenco i due migliori:

- conto alla rovescia per sconto: finito il tempo non potrai più approfittare dello sconto. Si tratta del metodo migliore se desideri comunque lasciare il prodotto sul mercato a lungo e potresti riproporlo a periodi alternati

- conto alla rovescia per oscuramento prodotto: si tratta di un metodo molto più aggressivo. Sicuramente è il metodo che converte di più, ma ovviamente non può essere utilizzato per prodotti che devono rimanere sul mercato a lungo. Alla fine del conto alla rovescia, infatti, il prodotto viene ritirato dal mercato e non è più possibile acquistarlo.

DesignCut ha creato un vero business millionario su questo sistema.

Ti consiglio un plugin davvero fantastico per questo scopo: <https://it.wordpress.org/plugins/uji-countdown/>

## 2.9 Call to action

Ormai ne saprai più di me sulle call-to-action. Tutti ne parlano e tutti hanno imparato a riconoscerle. Eppure il loro effetto non è svanito, anzi..

Una call-to-action, letteralmente “chiamata all'azione” è un piccola porzione di testo in cui diciamo all'utente cosa fare.

Dire a qualcuno cosa fare è il metodo migliore per farglielo fare.

Ecco alcuni esempi:

- acquista subito
- scarica ora
- fai il download immediato
- scarica gratis. Adesso!
- Scarica subito il prodotto gratuito

Ovviamente ci sono call-to-action migliori e peggiori. Tutto dipende dalla strategia di marketing che stai usando.

Solitamente si utilizza una strategia a livelli:

- inizialmente si offre qualcosa di gratuito (quindi una call-to-action con parole tipo “acquista” o “vendita” non sono ottimali) in cambio di una mail o di un contatto;
- poi si inizia a creare coinvolgimento tramite l’invio di mail o tramite chiamate.
- Il coinvolgimento diventa sempre più forte, fino a che il cliente risolve i suoi dubbi e si convince della scelta: a quel punto sono ottime call-to-action come “acquista subito”, per fargli compiere il passo finale).

## **2.10 Colori adeguati**

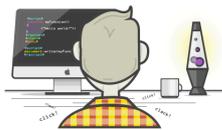
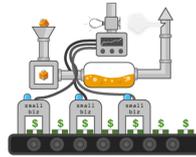
Non esiste un metodo comune per scegliere la palette dei colori della propria landing page, tuttavia esiste certamente un accorgimento da fare per quanto riguarda i pulsanti di acquisto: ricorda, infatti, che l’arancione e il blu sono sempre associati a sicurezza e gratuità, quindi da preferire qualora la composizione cromatica lo permetta.



**Hai un'idea ma non riesci a svilupparla?**

La svilupperemo insieme, passo dopo passo.

Nel corso della mia vita ho creato siti aziendali, Ecommerce, blog e moltissime altre tipologie di siti web. La mia passione non è solo quella di progettare, ma anche quella di creare e sviluppare le idee dei miei clienti.



**Il tuo progetto realizzato con il massimo della tecnologia**

Il tuo spazio virtuale sarà al passo con i tempi.

Creare la propria vetrina sul mondo non significa avere successo istantaneo. Ma per aiutarti al massimo in questa impresa, starò attento alle tematiche SEO & SEM, alla leggerezza del sito, al Copywriting e molto altro ancora. Inoltre, a lavoro terminato, avrai diritto a ricevere un'assistenza dedicata su skype o via mail, in cui ti informerò su quali sono i migliori metodi per farti trovare sul web, e ti segnalerò le migliori agenzie per essere visibili online.

**Progetto spazi virtuali ottimizzati per ogni dispositivo**

Ecommerce, siti web o blog esclusivamente responsive

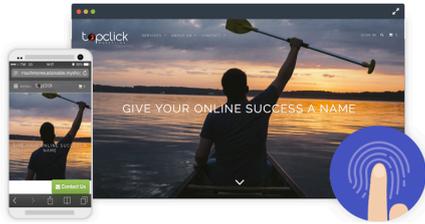
Internet si evolve veloce. Fino a qualche anno fa, l'idea di creare un Ecommerce sviluppato anche per gli smartphone, sembrava un'impresa inutile. Adesso il 50% degli acquisti vengono fatti su dispositivi mobili. Io progetto siti esclusivamente responsive, e quindi in grado di adattarsi a qualsiasi interfaccia presente sul mercato.



**Realizzo Ecommerce, siti web e blog**

Con tutto l'impegno e la passione del mondo

Farò il possibile per rendere strepitoso il tuo progetto. Potrai affidarti completamente alla mia esperienza, oppure puoi far parte dei lavori. Il risultato sarà comunque magnifico. Come questo sito, da me progettato.



Questa è la prima landing page che ho creato nella mia vita. Si tratta qualcosa di molto semplice e poco professionale, tuttavia la utilizzo ancora all'interno del mio blog, poiché riesce comunque a portarmi una decina di richieste di preventivo al mese.



### Cosa posso fare per te

Lavoro come freelance, sono più economico di un'agenzia e mantengo la stessa qualità..

- Loghi**  
 Creare loghi è la mia passione. Progetti professionali distribuiti in tutti i formati.
- Siti web / blog / Ecommerce**  
 Progetto, creo e sviluppo siti web e blog, ottimizzando framework già esistenti o tramite Visual Design e realizzo Ecommerce secondo i migliori principi della user experience, e del neuromarketing.
- Progetti grafici**  
 Volantini, biglietti da visita, cataloghi, brochure, partecipazioni di matrimonio e inviti di compleanno. Sono solo alcuni dei progetti grafici che posso realizzare per te.

Questa landing page, invece, converte molto di più, sia perché sono presenti dei testimonial – che rappresentano un fattore essenziale per aumentare il tasso di conversione – sia per la sua capacità di convincere il lettore sulle mie reali competenze.

### Dicono di me..

- Sono piuttosto esigente e mi piace potermi confrontare con i professionisti. Con Andrea mi sono trovato molto bene e abbiamo raggiunto ottimi risultati.  
**Pier Grigio**  
 CCO Wall Wonder Wall
- Ho creato un brand in cui ho cercato di far confluire la mia filosofia di vita. Cercavo, e questo punto, idee per concretizzare il mio progetto: produrre una linea di abiti con marchio registrato. Così mi sono imbattuta in Andrea. Il suo sito ed il suo blog mi hanno conquistata fin da subito. Tante proposte che avevano una caratteristica fondamentale: la concretezza. Il tutto descritto con un linguaggio chiaro, semplice e accattivante. Mi sono fatta coraggio e gli ho inviato una mail. La mia sorpresa fu ancora maggiore quando arrivò la sua risposta nel giro di poche ore. Insomma, la mia richiesta non era finita nel buco nero del web! Andrea fin da subito si è dimostrato creativo e propositivo. Ci siamo capiti al volo e lui ha messo a mia disposizione il suo tempo, le sue competenze e, last but not least, la passione per il lavoro che svolge. Ingrediente fondamentale per la riuscita di un progetto. Non finirei mai di ringraziarlo. Sono convinta che la vita gli riserverà grandi soddisfazioni lavorative.  
**Marina Buccali**  
 De Michia
- Ho conosciuto Andrea tramite una ricerca sul web, mi serviva un logo, qualcosa d'impatto. Con una semplice spiegazione ha saputo trasformare il mio pensiero in qualcosa di concreto, esattamente come lo volevo, ed in brevissimo tempo.  
**Ian Stuart**  
 Ian Stuart Photographer
- Andrea risponde sempre alle mail. Per qualsiasi bisogno, anche post lavoro, è sempre disposto a dare una mano.  
**Roberto Andriolo**  
 Itala/Cashmere

### Cosa faccio in particolare

Posso realizzare il tuo negozio Shopify, oppure modificarne soltanto il design. In questo modo potrai dedicarti ai prodotti e al piano di marketing, mentre io utilizzerò le migliori tecniche di neuromarketing visuale, per aumentare il tuo tasso di conversione, semplicemente migliorando l'estetica dei contenuti. Ogni soluzione ha il suo prezzo.

Posso realizzare il tuo sito web privato o aziendale. E lo faccio utilizzando le migliori tecniche presenti sul mercato: solitamente utilizzo il miglior framework in combinazione con il migliore hosting. Così da farti raggiungere risultati davvero fantastici.

Realizzo il logo della tua attività. Lo faccio stando attento alle migliori tecniche della psicologia del colore, e mi ispirò ai loghi migliori del mondo. Per questo il risultato sarà sempre garantito.

### Perché dovresti affidarti a me?

Gestisco un blog da 15000 visitatori mensili, in costante crescita. Ho creato moltissimi Siti Web, Ecommerce, loghi e linee di abbigliamento, anche per grandi produttori.

La mia tecnica consiste nell'utilizzare i principi dell'architettura moderna, per realizzare progetti digitali in grado di rispondere a standard qualitativi eccellenti. Velocità di apertura del sito, user experience, neuromarketing, Copywriting, linkbuilding e molto altro, sono temi essenziali che tengo sempre presenti durante la realizzazione di qualsiasi progetto digitale.

Affidati a me, e insieme raggiungeremo risultati davvero fantastici!

**Non perdere l'occasione di contattarmi. Compila il modulo di contatto adesso!**

Il tuo nome (richiesta)

La tua email (richiesta)

Oggetto

Il tuo messaggio

Accettando al trattamento dei dati personali secondo le condizioni espresse nella pagina d'informatica sulla privacy \*

## 3 Tipi di landing page

Una landing page ha lo scopo di non distrarre l'attenzione del visitatore dal risultato richiesto.

Tuttavia i risultati possono essere molteplici.

- Acquisizione di un indirizzo mail
- Acquisto di un prodotto
- Chiamata ad un numero di telefono
- Inoltro di una richiesta di preventivo
- ecc ecc

### 3.1 Iniziamo a fare sul serio

Fino ad ora ti ho dato informazioni che qualsiasi venditore di fuffa del web, avrebbe potuto darti. Ma in fondo hai speso dei soldi per acquistare questa guida e nonostante ogni sezione del Kit sia eccezionale, voglio rendere magnifica anche questa.

Ora sto per svelarti un segreto, che i soliti pasticcioni del web non comprendono.

*Nessuno acquisterà mai un prodotto da te che non sei nessuno.*

Rileggi questa frase.

Non ho detto che non sei nessuno, ho detto che nessuno acquisterà mai un prodotto da te che non sei nessuno.

Quindi?

Diventa qualcuno.

Mi spiego meglio.

Io sono un utente medio di Facebook, che mentre mi svago davanti al mio iPhone, trovo la tua inserzione pubblicitaria che recita più o meno:

“Acquista i nostri abiti firmati al 50% di sconto. Affrettati!”

Ok, ho ipotizzato che tu venda abbigliamento.

Il testo è ben scritto, e troverai molte persone che verranno a dare un'occhiata.

Poi scoprono che tu vendi quello che vendono altri migliaia di e-commerce nel mondo, tra cui Zalando e Amazon.

Allora il cliente si chiede (non se lo chiede, agisce d'inconscio): ma perché dovrei comprare un prodotto su questo sito sconosciuto?

Perché non su Zalando dove ho già acquistato altri prodotti, e verso cui ho già riposto la mia fiducia?

Epilogo: rimarrai a bocca asciutta. Niente, nada. Te lo posso assicurare perché ci sono già passato.

Adesso ti è chiaro perché se avessi speso il ridicolo prezzo di questa guida, adesso non avrei perso più di 4000€ nella costruzione dei miei e-commerce?

Diventare qualcuno, significa instaurare una sorta di relazione nella mente del tuo potenziale cliente (prospect).

Ma per fare prospect, prima bisogna fare lead (contatti). E come si fanno lead?

Bisogna farsi conoscere.

Ogni giorno ricevo mail da persone che mi trattano come un Dio, qualcuno mi dice pure che sono un Guru del mio settore. Ma ti posso assicurare che io non

sono nessuno. Sono un ragazzo di periferia che si diverte a fare un po' di business online.

Ma l'importante è l'idea che dai di te.

Non significa illudere nessuno, significa creare un rapporto di fiducia.

Perché la maglia, o l'info-prodotto che vendi te, può avere lo stesso valore di quello dei grandi dei dell'olimpico. Ma finché non creerai questo rapporto, nessuno ti prenderà in considerazione.

Ma come si acquista la fiducia dei clienti?

1 Con il content marketing, ovvero offrendo contenuti di qualità in via completamente gratuita e distribuiti tramite il proprio blog. In questo modo i lettori impareranno a conoscerti, e con il tempo conquisterai la loro fiducia.

2 Offrendo loro un regalo in cambio della mail. Il regalo potrà avere varia natura: un report PDF, un video omaggio, un kit per designers, ecc.

3 Attraverso l'e-mail marketing, inoltre, potrai continuare a coltivare il rapporto tra te e il cliente, in modo da riaffiorare nei suoi pensieri e di fare sempre un passo in avanti verso la sua fiducia.

### **3.2 Come acquisire lead, prospect e clienti in pratica**

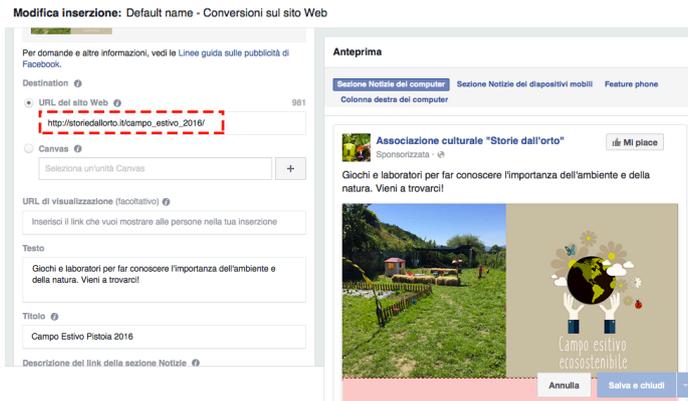
Di solito lo schema è il seguente.

*1 Crea un annuncio.*

Qualcosa che sia veramente di forte impatto visivo o emotivo e con una ottima call-to-action.



SCARICA  
GRATIS



SCARICA GRATUITAMENTE  
IL RETROSCENA DI  
"SE DIONON ESISTE  
ME NE FARÒ UNA RAGIONE"

UN BREVE RACCONTO CHE  
AMPLIERÀ LE TUE VEDUTE

SCARICA

Puoi utilizzare un servizio gratuito come [Canva](#) per farlo.

Inserisci l'annuncio all'interno delle migliori pagine del tuo blog (quelle con più traffico e maggiormente in target con il prodotto).

Eventualmente potresti anche inserire l'annuncio in una campagna Facebook ADS, per convertire traffico a pagamento sulle tue landing page.

Ovviamente in questo caso bisognerà far tornare un'equazione:

Ricavi > Costi

Altrimenti andrai in perdita ;).

## *2 Crea una squeeze page*

Una squeeze page è una pagina ottimizzata per ottenere l'indirizzo mail dell'utente.

[Qui potrai trovarne un esempio.](#)

Per inserire l'optin form, è sufficiente che tu legga il capitolo dedicato nel Pixel Rocket Kit.

## *3 Invia molte mail nei primi giorni*

I primi giorni sono i più importanti. In questo momento sei ancora nella mente dell'utente, quindi non farti sfuggire la prima influenza che hai avuto nel momento in cui ti ha consegnato il tuo indirizzo mail.

## *4 Crea una sales letter in grado di convertire*

Una sales letter è una lettera scritta con il solo scopo di convincere l'utente ad acquistare a tutti i costi. Riproponi questa speciale landing page più volte all'interno delle mail inviate con l'autoresponder.

### *5 Dirigi il prospect nel modulo di pagamento*

Questo sarà il passaggio più facile. L'utente avrà già scelto se acquistare o no il prodotto.

L'unica cosa importante in questa pagina, è inserire una rassicurazione sulla sicurezza delle transazioni e ricordare all'utente cosa sta acquistando.

### **3.2 Acquisire clienti senza passare dal follow up della mailing list**

Il metodo più semplice per acquisire clienti senza diventare matti con autoresponder e servizi vari (che sono ottimi, ma soprattutto per la vendita di prodotti), ti consiglio di creare una sezione del tuo sito web chiamata "servizi" in cui appoggi una landing con modulo di contatto interno.

### **3.3 Come creare un landing page**

Il metodo più semplice per creare una landing page è creare una nuova pagina WordPress.

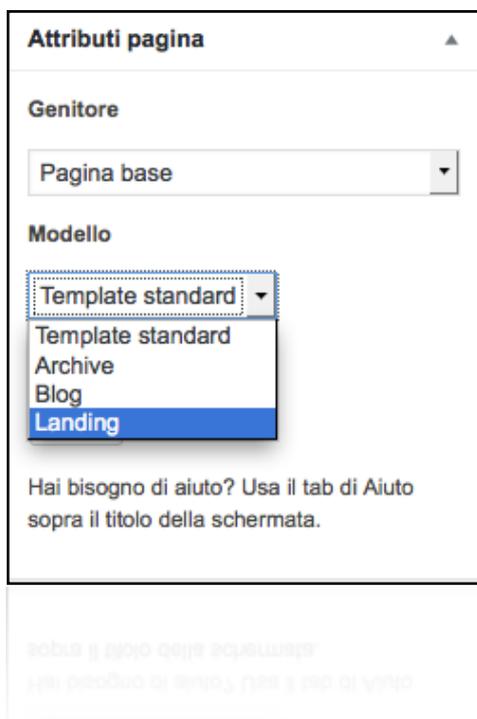
Nella barra laterale clicca su "pagine" > "aggiungi nuova pagina".

Sulla destra, nella sezione "Attributi pagina" seleziona modello > "landing".

Non tutti i temi dispongono di questa opzione, ma molto spesso quelli a pagamenti permettono di usufruire di questa possibilità.

Ovviamente non potrai creare landing page favolose con questo metodo, ma personalmente è quello che preferisco: soprattutto quando impari bene a personalizzare le pagine.

Tutto quello che questo metodo fa, è eliminare tutti gli elementi che non fanno parte della pagina, all'indirizzo della pagina stessa. Quindi a differenza delle pagine normali che avranno un header, un footer e una sidebar, all'URL della pagina con modello landing l'utente vedrà solo il contenuto della pagina. Senza distrazioni



Per creare landing page più elaborate puoi usare uno dei seguenti servizi.

[OptimizePress](#)

[ClickFunnel](#)

[Unbounce](#)

Si tratta sicuramente di servizi molto costosi, ma spesso ne vale la pena.

Personalmente utilizzo OptimizePress, ma non nella sua forma base.

Io creo una landing in una pagina standard di WordPress e poi utilizzo tutti gli shortcode forniti da OptimizePress all'interno della pagina per personalizzare moltissimo il contenuto.

## 4 Lezioni di CopyWriting

Hai circa 8 secondi per catturare l'attenzione del tuo lettore. 8 cortissimi secondi.

Ogni giorno siamo bombardati da spot, condividiamo articoli, leggiamo notizie bomba e abbiamo sempre meno tempo da dedicare alla lettura e all'attenzione.

Posizionarsi nella prima pagina di Google è fantastico, ma se non riuscirai a mantenere alta l'attenzione, nessun utente effettuerà una vera conversione all'interno del tuo sito.

Come risolvere questo problema?

Con una headline da CopyWriter.

Letteralmente headline significa "titolo". Ma nel mondo del web una headline è molto di più. Può essere inserita più volte all'interno della stessa pagina, per rafforzare l'attenzione del visitatore.

Ogni paragrafo ha una propria headline e addirittura molte landing page utilizzano svariate headline tra una immagine e l'altra.

Circa 8 utenti su dieci leggono la tua headline, ma solo 2 su 10 continuano a leggere il resto. Questo ti dà il giusto metro di misura per comprendere il potere di questo strumento.

# 5 tecniche segrete e scientificamente provate per vendere come pazzi

Chiaro il concetto?

Il testo che vedi qui sopra è una perfetta headline per un post che parla proprio di questo argomento.

Analizziamo il contenuto.

Prima di tutto ho inserito un numero. Non esiste niente di più reale e concreto di un numero. Le persone adorano i numeri poiché danno l'idea che il contenuto sia concreto e non la solita fuffa.

Puoi scrivere sul tuo blog anche che insegni come guadagnare 100.000€ in tre giorni e senza sforzi: vedrai che qualcuno sarà attratto dalle cifre.

Come seconda cosa ho inserito “tecniche segrete”. Una tecnica è già qualcosa d'interessante, ma il fatto veramente speciale è che sia segreta. Quindi nessuno tranne te e colui che ha scritto il post ne sarà a conoscenza (o almeno questo è quello che penseranno i tuoi lettori).

Lasciamo perdere “scientificamente provate”, termine stra-abusato ma che ha sempre funzionato e sempre funzionerà (io non lo uso mai perché ho un rapporto speciale con la scienza e mi indigna utilizzarla per i miei loschi affari).

“per vendere come pazzi” è una frase leggermente sopra le righe che richiama l'attenzione per la sua vena estroversa. Diciamo che dà un po' di colore alla frase.

#### 4.1 Cosa dovrebbe trasmettere una headline

*1 Mostra al mondo il tuo vantaggio principale.*

In fondo il tuo prodotto o servizio avrà qualcosa di speciale rispetto alla concorrenza, no? Altrimenti come pensi di entrare nel mercato?

Quindi evidenzia il tuo vantaggio nella maniera più semplice possibile.

Esempi:

- crea i tuoi biglietti da visita personalizzati in pochi minuti!
- impara WordPress in soli tre giorni e inizia subito a monetizzare!
- impara il metodo per leggere un libro in soli 6 minuti!

*2 Annuncia una notizia eccitante*

Inutile negarlo, l'essere umano è curioso. Esso ha una curiosità innata e va sempre a caccia di notizie che lo facciano esaltare.

Ora ti chiederai: che senso ha scrivere una notizia per vendere il mio prodotto?

Tu devi creare fiducia con i tuoi utenti. Per farlo devi dare loro qualcosa di gratuito che li renda soddisfatti di aver visitato il tuo sito.

- Finalmente gli scienziati americani hanno creato l'alternativa perfetta al petrolio
- Introduzione alla nuova idea di cross-training

*3 How-to*

Il mio preferito e dai blogger ciarlatani come me di tutta Italia.

Come fare a.. è una delle cose più scritte nel nostro paese e noi blogger lo sappiamo bene. Per questo facciamo sempre più spesso guide del tipo:

- come fare un sito WordPress
- come fare un volantino
- come fare innamorare una ragazza

#### *4 Porre una domanda provocatoria*

Dare del “tu”, fare una domanda e peraltro provocatoria è il metodo di maggiore impatto per catturare l’attenzione dell’utente. Esso si sentirà chiamato in causa e molto probabilmente vorrà dire la sua.

- Perché continui a pagare le tasse?
- Qualcuno ti ha regalato un pdf in cambio di una mail? Leggi questo.

#### *5 Dai informazioni utili*

Di sicuro la tecnica più potente per ottenere la fiducia e il rispetto dei tuoi utenti, è offrire informazioni utili.

I contenuti di alto valore offrono la via più breve per convertire utente in lead e lead in prospect. E al resto ci pensa il vero marketing.

- 20 azioni da compiere per vivere più a lungo
- Gratuito. I 6 segreti degli Stati Uniti d’America.

## **4.2 Cosa scrivere in una headline**

### *1 “Chi altro vorrebbe...”*

Si tratta di un metodo potente per coinvolgere emotivamente il lettore.

### *2 “Il segreto di...”*

Alle persone piacciono i segreti, soprattutto se sono pubblici ;).

3 *“Questo è il metodo per aiutare i [membri della tua nicchia, es. blogger] a [ottenere il risultato che tutti desiderano]*

In questo modo fai sentire l'utente parte di un gruppo.

4 *“il metodo più semplice per...”*

Alle persone piacciono le cose semplici e veloci.

Considera che io ho cominciato a creare il mio primo blog in seguito alla lettura di un post di un blogger americano che prometteva di creare un sito in 5 minuti e di cominciare monetizzarlo dopo qualche giorno. E dopo diversi anni sono sempre qui..

5 *“[fare qualcosa] come [i migliori di una categoria]*

Esempio:

- Impara lo spagnolo come un laureato

6 *“Quello che nessuno sa sulla ....”*

Il fatto di essere l'unico a sapere, rende gli uomini vittime del CopyWriting.

### **4.3 Tre regole essenziali per creare giuste Headline**

1 Scrivi le headline con la maiuscola ad ogni parola.

Non va bene:

- Come creare un logo bello e di successo in 5 minuti

Va bene:

- Come Creare Un Logo Bello e Di Successo In 5 Minuti

2 Utilizza numeri in cifre e non in parole

Non va bene:

- cinque

Va bene:

- 5

3 Rendi la headline ben visibile rispetto al resto del testo, o con la dimensione o utilizzando un carattere bold.

#### **4.4 Banale ma essenziale: la nicchia**

Quante volte hai sentito dire: “trova la tua nicchia, bla bla bla”. Ok, ormai è risaputo che bisogna conquistare una nicchia. Ma sai come farlo veramente?

Prima di tutto scegli la tua nicchia.

Cosa fai di lavoro? Di cosa trattano i libri che hai letto nella tua vita? Di cosa sei realmente esperto?

Scegliere la propria nicchia non è un lavoro troppo difficile, basta seguire le proprie emozioni.

Ma la concorrenza? Non cercare una nicchia troppo affollata, altrimenti avrai difficoltà a distinguerti, ma nemmeno una con concorrenza troppo bassa: probabilmente non c'è concorrenza perché non ci sono utenti.

L'idea è quella di cercare una nicchia importante e optare per una sotto sezione.

Tipo: “come fare soldi sul web” > sottosezione “come fare soldi con le affiliazioni di clickbank”.

## 4.5 Offerta

Ricorda quanto ti ho già detto: valore, serve valore. Per avere veramente successo nel web devi offrire valore, ma non solo nei contenuti free, ma anche e soprattutto in quelli premium.

Se i tuoi prodotti non valgono niente presto ne pagherai le conseguenze: la rete è spietata.

Quindi cerca di offrire qualcosa veramente in grado di risolvere i problemi alle persone o di soddisfare i loro bisogni.

Tieni presente che la vendita di prodotti fisici implica costi di spedizioni, imballaggi ed eventualmente produzione del bene.

Vendere prodotti digitali significa creare un prodotto (e-book, PDF, Video, Audio) una sola volta e avere margini di guadagno maggiori.

Solitamente le persone sono molto brave ad associare un valore ai prodotti fisici.

Sanno che un libro in media non si paga più di 20€.

Ma allora perché arrivano a spendere anche 100€ per un libro di anatomia o di content marketing?

Perché maggiore è il valore delle informazioni fornire e maggiore è la percezione di qualità del bene.

Se tu riesci a trovare la soluzione al più grande dei problemi di un certo target di pubblico, allora potrai osare con prezzi inimmaginabili.

Ci sono prodotti sul web che vengono venduti con successo dai 47,00 ai 250,00€. E ci sono davvero molte persone disposte ad acquistare.

#### 4.6 Creare una perfetta squeeze page

Per la squeeze page non ci sono dubbi: bisogna testare i risultati.

Devi creare almeno due varianti di squeeze page e testare quella che converte di più.

Crea una prima headline che punti in alto.

- I 5 segreti che non ti hanno detto per dimagrire
- Il segreto per ritrovare la giovinezza naturale.
- I 10 segreti per ottenere uno stipendio di 1000€ sul web
- Il segreto che nessuno conosce per conquistare una donna

Dopodiché imposta una headline più semplice con il classico “how-to”

- Come dimagrire velocemente e senza sforzi
- Come ringiovanire in 5 passi
- Come guadagnare 1000€ sul web
- Come conquistare una donna con un metodo scientificamente provato

## 4.7 Schema di una perfetta squeeze page

Squeeze 1

Headline

Bullet Points

Call-to-action

Squeeze 2

Headline

Reason Why

Bullet Points

Call-to-action

**Esempio concreto: Squeeze 1**

“I 5 Segreti Che Non Ti Hanno Detto Per Dimagrire”

Stai per scoprire:

- Come perdere il 10% del tuo peso in 5 giorni senza affaticarti
- Il pericolo che nessuno ti ha detto delle diete convenzionali
- Come risparmiare migliaia di euro di dietologo ogni anno

- Come apparire più magri fin dal primo giorno senza perdere nemmeno un chilo

- La sconvolgente verità che ogni governo tiene nascosta ai suoi cittadini su come dimagrire senza smettere di mangiare.

Per accedere a tutte queste informazioni GRATUITE, inserisci il tuo nome e la tua mail nel form.

### **Esempio concreto: Squeeze 2**

#### **“I 5 Segreti Che Non Ti Hanno Detto Per Dimagrire”**

Ciao Lettore,

francamente sono stordito dall'idea che esista un metodo semplice e sicuro per dimagrire, e che nessuno ne parli.

Sai perché le grandi multinazionali con l'appoggio dei governi ti tengono nascoste queste informazioni?

Perché vogliono che tu consumi le loro schifezze per ingrassare le loro tasche oltre che te stesso.

Poi ci sono i ciarlatani del web e la loro fuffa. Sai in quanti stanno approfittando della tua situazione per fare soldi e non offrirti nulla in cambio.

Chiedi loro di fare come me, se ne hanno il coraggio.

Io ti farò accedere gratuitamente al mio materiale e alle mie tecniche segrete.

Sì, hai capito bene: tutto il materiale subito per te e senza spendere un solo centesimo.

Ora la domanda è: perché no?

Stai per scoprire:

- Come perdere il 10% del tuo peso in 5 giorni senza affaticarti
- Il pericolo che nessuno ti ha detto delle diete convenzionali
- Come risparmiare migliaia di euro di dietologo ogni anno
- Come apparire più magri fin dal primo giorno senza perdere nemmeno un chilo
- La sconvolgente verità che ogni governo tiene nascosta ai suoi cittadini su come dimagrire senza smettere di mangiare.

Per accedere a tutte queste informazioni GRATUITE, inserisci il tuo nome e la tua mail nel form.

#### **4.8 [BONUS] Squeeze page già pronta all'uso**

**Puoi cambiare le parole a questa squeeze page e utilizzarla all'interno del tuo sito/blog**

##### **Headline**

##### **Esempio 1**

"Chi altro vuole imparare a [ottenere un risultato] come [professionista del settore]? Questi sono gli stessi segreti che io ho usato per diventare un esperto di [nicchia da te scelta]

## Esempio 2

Come [ottenere un risultato] come [professionista del settore]. Ora puoi imparare questi segreti per [diventare qualcuno di specifico] in [scegli un tempo breve] anche se sei/non hai [esperienza necessaria per ottenere quel risultato].”

## Esempio 3

“Stai Per Imparare Segreti che La Maggior parte delle [persone della tua nicchia] Non Saprà Mai Su Come Realmente [ottenere velocemente un risultato].”

## Esempio 4

“Stai per scoprire [una tecnica segreta] per fare qualcosa/risolvere un problema in modo facile e veloce a partire da ora e senza [evidenzia una difficoltà ricorrente] [spiega il motivo per cui non dovrà più avere tale difficoltà]”

## Esempio 5

"Che cosa faresti se d'un tratto realizzassi che tutto ciò che pensavi di sapere su [argomento della tua nicchia] era una Bugia?"

## **Post-Headline**

"Dammi [periodo brevissimo di tempo es. 2 minuti] e Ti mostrerò come [elenca tutti i benefici del tuo corso]

## **Bullet Points**

- le y regole vitali per [raggiungere un risultato]

E COSA ti serve per realizzarlo nella maniera più

veloce ed efficiente possibile

- Perché la maggioranza della gente non riesce a [spiega

le difficoltà di coloro che non conoscono questi segreti]

nonostante la fatica e il tempo impiegati

- Un segreto poco conosciuto su come concretamente riuscire

a [ottenere un risultato specifico], senza commettere errori.

- I x passi per migliorare [caratteristica essenziale] entro [quasi irragionevole periodo di tempo] e ottenere anche [un altro beneficio]

### **Call-to-action**

Inserisci il tuo nome e la tua mail per leggere il report. Adesso!

Fine squeeze page

### **4.9 Follow Up**

Una volta acquisito un contatto avrai tramutato un cliente in lead.

Un lead è un contatto, ovvero qualcuno a cui potrai inviare un messaggio o una mail fintanto che rimarrà iscritto alla tua lista.

L'1% dei tuoi lead si cancellerà dalla lista periodicamente, soprattutto se invierai molte mail. Tuttavia questo non è importante, poiché si tratta di perdere lead che non sono destinati a diventare prospect.

Un prospect è colui che ha fatto qualcosa in più di lasciare la propria mail. Un prospect è colui che apre sempre la tua newsletter e che compie conversioni sul tuo sito. Qualcuno che è interessato a quello che fai e ad acquistare i tuoi prodotti.

Fare follow up significa mandare molte mail nei primi giorni che seguono l'iscrizione.

Per farlo è necessario utilizzare uno strumento di email marketing come [GetResponse](#).

Nei primi 10 giorni dovrai inviare una mail ogni 1-2 giorni.

Non esiste una regola precisa, quindi non voglio fare il guru dell'argomento sparando cifre a caso.

Ma se vuoi un vero consiglio, iscriviti alle newsletter dei veri guru della rete e segnati la loro strategia.

Se la tua nicchia è simile, ti consiglio di utilizzare esattamente i loro tempi di invio delle mail.

#### **4.10 Non solo vendere, ma anche acquisire clienti**

Sebbene un cliente interessato ai tuoi servizi spesso preferisca contattarti dalla landing che hai creato appositamente per fargli compilare il modulo di contatto, è possibile acquisire ulteriori clienti proprio dalla tua mailing list.

Per farlo invia di tanto in tanto qualche promozione speciale esclusiva per i tuoi iscritti, offrendo esattamente il tuo servizio.

I risultati a volte sono davvero grandiosi.

Buona caccia di clienti!